



PLANEACION LICENCIATURA ESCOLARIZADO

DAC-PLAN-01

Licenciatura: **TURISMO**

Modalidad: Escolarizada

Materia: **ANALISIS DEL
CONSUMIDOR**

Cuatrimestre: 5°.

Clave: P-LTU505

Horas: 4

OBJETIVO:

Al finalizar el curso el alumno podrá conocer, predecir y modificar el comportamiento de compra del consumidor.

S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4
1	ENCUADRE	UNIDAD I FUNDAMENTOS ELEMENTALES	1.1.- Estudios del comportamiento del consumidor.	1.1.- Estudios del comportamiento del consumidor.
2	1.1.- Estudios del comportamiento del consumidor.	1.1.- Estudios del comportamiento del consumidor.	1.2.- Definición del comportamiento del consumidor.	1.2.- Definición del comportamiento del consumidor.
3	1.2.- Definición del comportamiento del consumidor.	1.2.- Definición del comportamiento del consumidor.	1.2.- Definición del comportamiento del consumidor.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
4	EXAMEN 1a. UNIDAD	UNIDAD II FACTORES AMBIENTALES	2.1.- Cultura.	2.1.- Cultura.
5	2.2.- Subcultura	2.2.- Subcultura	2.3.- Clases socioeconómicas.	2.3.- Clases socioeconómicas.
6	2.4.- Grupos sociales.	2.4.- Grupos sociales.	2.5.- Familia.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
7	EXAMEN 2a. UNIDAD	UNIDAD III INFLUENCIAS PERSONALES	3.1.- Difusión de innovaciones.	3.1.- Difusión de innovaciones.
8	3.2.- Motivación.	3.2.- Motivación.	3.2.- Motivación.	3.3.- Procesamiento de información.
9	3.3.- Procesamiento de información.	3.3.- Procesamiento de información.	3.4 Aprendizaje y memoria.	3.4 Aprendizaje y memoria.

10	3.5.- Actitud y cambio de actitud.	3.5.- Actitud y cambio de actitud.	3.5.- Actitud y cambio de actitud.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
11	EXAMEN 3a. UNIDAD	UNIDAD IV PROCESOS Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA	4.1.- Al concluir la unidad, el alumno analizará los aspectos de una compra y formulará estrategias que se ajusten a ella.	4.1.- Al concluir la unidad, el alumno analizará los aspectos de una compra y formulará estrategias que se ajusten a ella.
12	4.2.- Reconocimiento de problemas.	4.3.- Investigación y evaluación.	4.4.- Procesos de compra	4.4.- Procesos de compra
13	4.5.- Modelación e investigación de comportamientos de compra.	4.5.- Modelación e investigación de comportamientos de compra.	4.6.- Consumismo.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
14	EXAMEN FINAL			

ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:	1.-Conducción Docente, manejo de Esquemas, Conceptos Básicos y Referentes Teóricos (Pizarron) 2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla). 3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas. 4.-Propiciar Actividades de Interes dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones. 5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teoricamente.
---	---

ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:	1. Exámenes Orales. 2. Exposiciones como Evaluacion. 3. Exposiciones.
-----------------------------------	---

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.	
Trabajos Escritos	10%
Actividades aulicas	20%
Trabajos en plataforma educativa	20%
Examen	50%
Total	100%
Escala de calificación	7- 10
Mínima aprobatoria	7

NOTA:	En la planeación los exámenes aparecen siempre en día lunes, pero dependerá de la programación de la sub-dirección académica, y en esa semana se podrán hacer los cambios necesarios.
--------------	---